

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. *Event Promo* “PESTA RAYA QUICK” yang diselenggarakan oleh CV Karya Hidup Sentosa Yogyakarta dalam memperingati 50 tahun berdirinya perusahaan tersebut serta upaya untuk meningkatkan angka penjualan traktor tangan QUICK, harus direncanakan dan dirancang secara matang dan sistematis agar hasil yang akan dicapai menjadi sesuatu yang diharapkan
2. *Positioning* sebuah produk dan kedudukan produk tersebut dalam pasar sangat mempengaruhi kepada perancangan komunikasi visual yang digarap. Untuk itu, dengan perancangan komunikasi visual ini diharapkan dapat menimbulkan dampak positif bagi khalayak khususnya *target audience* yang dituju sehingga loyalitas konsumen kepada produk traktor tangan QUICK dan eksistensi perusahaan tersebut tetap terjaga
3. Sebuah periklanan adalah aspek penting didalam memperkenalkan suatu produk kepada khalayak sasaran. Pemilihan media yang menggunakan media lini atas dan media lini bawah yang telah ditentukan secara cermat dapat mempengaruhi berhasil tidaknya sebuah promo yang diselenggarakan

4. Kesatuan dan keseragaman tema kampanye yang berkesinambungan satu sama lain merupakan hal yang mutlak, yang kesemuanya itu bisa dapat diperoleh dari unsur warna, gaya, tipografi dan visual yang seragam pula dengan media-mediannya.

B. Saran

1. Untuk mengoptimalkan sarana promosi yang ada dalam rangka meningkatkan angka penjualan produk, diperlukan media yang memungkinkan khalayak sasaran untuk mengenal lebih dekat dan mendapatkan informasi yang sejelas-jelasnya tentang produk traktor tangan QUICK. Dengan pemilihan media yang tepat tersebut diharapkan akan dapat menjangkau tujuan pemasaran yang diinginkan
2. Selain itu promosi yang terencana dan kontinyu pada media-media yang tepat hendaknya terus dipertahankan dan ditingkatkan. Hal ini selain bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut, juga bertujuan untuk mengimbangi persaingan dengan produk lain
3. Dengan adanya *event promo* “PESTA RAYA QUICK” ini, sekaligus sebagai pemicu bagi CV Karya Hidup Sentosa Yogyakarta untuk dapat meningkatkan atau setidaknya merancang *event-event* lain yang akan diselenggarakan secara berkala
4. Pada akhirnya, semoga perancangan ini dapat menambah wawasan kita bersama dan nantinya akan berguna sebagai acuan pedoman dalam

merancang suatu kegiatan komunikasi visual yang sifatnya mendukung *event promo* suatu produk.

